

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



Матеріали
II Міжнародної науково-практичної
конференції
“ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ
УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ В УМОВАХ
ЦИФРОВІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ”

10 жовтня 2024 р.

Київ
2024

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Голова оргкомітету:

Гончаренко Михайло Федорович – віцепрезидент Міжрегіональної Академії управління персоналом, д-р екон. наук, проф.

Заступники голови:

Семенець-Орлова Інна Андріївна – директор Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р наук з держ. упр., проф.;

Каліна Ірина Іванівна – заступник директора Навчально-наукового ін-ту управління, економіки та бізнесу, д-р екон. наук, проф.

Члени оргкомітету:

Дацій Олександр Іванович – завідувач кафедри маркетингу ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Братусь Анна Анатоліївна – завідувач кафедри економіки та управління бізнесом ННІУЕБ, д-р екон. наук, доц.;

Дмитренко Геннадій Анатолійович – завідувач кафедри управління персоналом та економіки праці ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Скиба Ганна Іванівна – завідувач кафедри обліку і оподаткування Навчально-наукового інституту управління, економіки та бізнесу, канд. екон. наук, доц.;

Кришталь Галина Олександрівна – завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи ННІУЕБ, д-р екон. наук, проф.;

Кривоберець Марина Миколаївна – завідувач кафедри організації туристичної діяльності ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.;

Мазур Юлія Володимирівна – декан ННІУЕБ, канд. екон. наук, доц.

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 11 від 30.10.24)*

II Міжнародна науково-практична конференція “Інноваційні методи управління економікою в умовах цифровізації бізнесу”: зб. матеріалів конференції (м. Київ, 10 жовтня 2024 р.) / ред. кол.: І. А.Семенець-Орлова (гол. ред.), І. І.Каліна (заст. гол. ред.), Ю. В. Мазур (упоряд. і відп. ред.) та ін. Київ: Міжрегіональна Академія управління персоналом, 2024. 594 с.

ISBN 978-617-02-0406-6 (електронне видання)

Для науковців, представників бізнесу та здобувачів вищої освіти.

Тексти тез надано в авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікацій, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

Боголепова Аліна Віталіївна

Шляхи підвищення ефективності механізмів запобігання корупції
в публічному управлінні 58

Богун В'ячеслав Сергійович

Цифровізація економіки: вплив на макроекономічні показники
та розвиток бізнесу 61

Борецька Наталія Петрівна, Кутакова Дар'я Олексіївна

Проблеми розвитку туризму в умовах невизначеності 64

Борецька Наталія Петрівна, Шубіна Юлія Вікторівна

Вибір АІС управління готелем в умовах цифровізації (на прикладі
комп'ютерних систем бронювання “AMADEUS” та “WORLDSPAN”) 67

Братусь Ганна Анатоліївна, Бєлозьорова Лариса Павлівна

Сучасні методи дослідження стилів управління 71

Братусь Ганна Анатоліївна, Зарицька Наталія Володимирівна

Чинники зростання продуктивності праці підприємства 74

Братусь Ганна Анатоліївна, Козлова Алла Іванівна

Стан та перспективи розвитку ринку праці ІТ сектору України 77

Бялошицький Михайло Олександрович

HR-стратегії у міжнародних косметичних компаніях:
цифрові підходи до управління талантами 80

Вельгас Віталій Володимирович

Інноватизація як прогностична ідея розвитку бізнесу
в умовах цифрової економіки 83

Виноград Ірина Вікторівна

Цифровий маркетинг у бізнесі під час воєнного стану 87

Вітрик Ігор Віталійович

Цифровізація енергетичного сектору України як базис
енергетичної незалежності 91

Водолажченко Маргарита Павлівна, Каліна Ірина Іванівна

Межа між креативом та маніпуляцією в рекламі 93

Волковецький Владислав Олексійович, Головчак Марія Ігорівна

Екосистема інновацій у закладах вищої освіти як драйвер
економічного зростання: роль штучного інтелекту
та сталого розвитку 95

Гаман Галина Володимирівна

Основні напрями міграційної політики країн ЄС 97

Ганганов Кирило Євгенійович, Братусь Ганна Анатоліївна

Маркетинг як драйвер впровадження ІТ-рішень:
роль технологій у створенні конкурентних переваг 100

3. Цифровізація енергетики: як технології Smart Grid допоможуть відбудувати українські енергомережі. URL: <https://mind.ua/publications/20273149-cifrovizaciya-energetiki-yak-tehnologiyi-smart-grid-dopomozhut-vidbuduvati-ukrayinski-energomererzhi>
4. Стратегія ЄС з інтеграції енергетичної системи: можливості для України. ГО “ДІКСІ ГРУП”. URL: <https://dixigroup.org/analytic/yak-%D1%94s-planu%D1%94-czifrovizuvati-energetichnij-sektor-%D1%94s-u-ramkah-%D1%94vropejskogo-zelenogo-kursu/>

ВОДОЛАЖЧЕНКО Маргарита Павлівна

студентка спеціальності “Маркетинг”

Навчально-науковий інститут управління, економіки та бізнесу

Міжрегіональної Академії управління персоналом

КАЛІНА Ірина Іванівна

науковий керівник: д-р екон. наук, проф., професор кафедри маркетингу

МЕЖА МІЖ КРЕАТИВОМ ТА МАНІПУЛЯЦІЄЮ В РЕКЛАМІ

На сьогоднішній день креативна реклама є невід’ємною частиною будь-якої успішної компанії. Однією з тих компаній, що досягла висот завдяки своїй рекламній інтеграції є McDonald’s. Це бренд, що вийшов на світовий ринок та підкорив серця багатьох, ще на самому початку шляху, в 1955 р. [1].

Саме кампанія McDonald’s базується на простій, але зрозумілій концепції — зосередься на емоціях та будь собою. В центрі уваги бренда завжди знаходиться споживач та його життєвий досвід. Але при цьому, креативні директори ніколи не залишають без уваги свій продукт.

Одна з найбільш відомих кампаній McDonald’s — “I’m lovin it” — апелює до більш універсальних емоцій. Рекламні ролики демонструють моменти задоволення, радості та комфорту під час споживання продукції мережі.

Процес створення таких рекламних інтеграцій починається з дослідження потреб користувача, їх інтересів та цінностей. А також підбору візуальних і аудіо елементів, які б працювали в гармонії.

В будь-якій рекламі, візуал відіграє ключову роль. McDonald’s використовує яскраві, привабливі зображення продукції. Не можна виділити й професійну інтерпретацію товарів у незвичних формах.

Як приклад: поєднання картоплі фрі та соусу в формі пісочного годинника. Або, з банеру було зроблену стаканчик напою, а стовп зіграв роль соломинки.

Та компанія захоплює не лише креативом, а й якісною картинкою бургерів, сендвічів, пиріжків і так далі. Ідеально підсмажена котлета, округла булочка з кунжутом, хвилястий лист салату — це все свого роду “ілюзія”

На цю тему було багато дискусій. Оскільки — телевизор, вулиця, де б ти не побачив рекламу, ти починаєш малювати в уяві картинку бездоганного. Та приходячи в ресторан, отримуєш щось лише схоже на те, що бачив раніше. То виходить, нас надурили? Але це смачно... І от, зорова ілюзія грає з нами поганий жарт. З часом, візуальну картинку ми сприймаємо вже на смак. Неважливо, що малюнок не відповідає дійсності. Головне, що смачно.

Гумор відіграє неабияку роль у рекламі McDonald's. Раніше, ми вже говорили, що компанія робить акцент на саме позитивних емоціях. І от саме гумор дає змогу нам асоціювати бренд з цими відчуттями.

Навіть клоун, як символ був обраний не просто так. Веселий хлопчик, що дарує дітям кульки, жартує та посміхається. Як це може не привабити?

З часом, бренд почав додавати гумористичні елементи й в рекламу. Песик який під час пікніку, звичайно з їжею компанії, ловить м'ячик та випадково не втримує рівновагу. Чи декілька друзів, що посеред міста знімають відео ніби вони курки, а потім йдуть в ресторан поласувати бургерами. Обидва приклади спонукають нас до посмішки та сміху.

На перший погляд покупець самостійно обирає прийти йому, чи ні; обрати йому ту, чи іншу позицію. І робить він це, спираючись лише на власні вподобання. Проте, реклама значно впливає на це рішення [2].

McDonald's, як і багато інших брендів, ретельно продумую, як впливати на рішення покупця. Давайте будемо об'єктивними, якщо б нам одразу показували правдиву картинку продукту, мало хто пішов би купляти в мережі бургер або картоплю фрі. Рушійною силою не стали б навіть акції чи всім відомі ваучери.

Отже, як би сумно не було це визнавати, але все ж таки продавець має перевагу у виборі товару.

Література

1. Franchise-capital. URL: <https://franchise-capital.com/cases/istoriyi-velikih-franchajzeriv-mcdonalds/>
2. Mcdonalds. URL:<https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua.html>